

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah kedudukan dan struktur kedudukan dan koordinasi dalam pelaksanaan program magang

1. Kedudukan

Kedudukan penulis dalam Studio Yord adalah *junior graphic design intern*. Penulis berada di bawah pengawasan Ariel Tirta Johar sebagai *full time graphic designer* dalam sebagai *internship*. Peran *internship* dalam menjalani tugas yaitu:

- a. Mengerjakan proyek-proyek internal Studio Yord.
- b. Membantu dalam membuat *brand strategy*.
- c. Mengerjakan desain dalam media digital seperti media sosial.
- d. Aktif berkontribusi dalam memberikan masukan kreatif dalam proyek.
- e. Aktif berkontribusi dalam proyek internal Studio Yord.
- f. Menjaga kebersihan dan kerapian Studio Yord.

2. Koordinasi

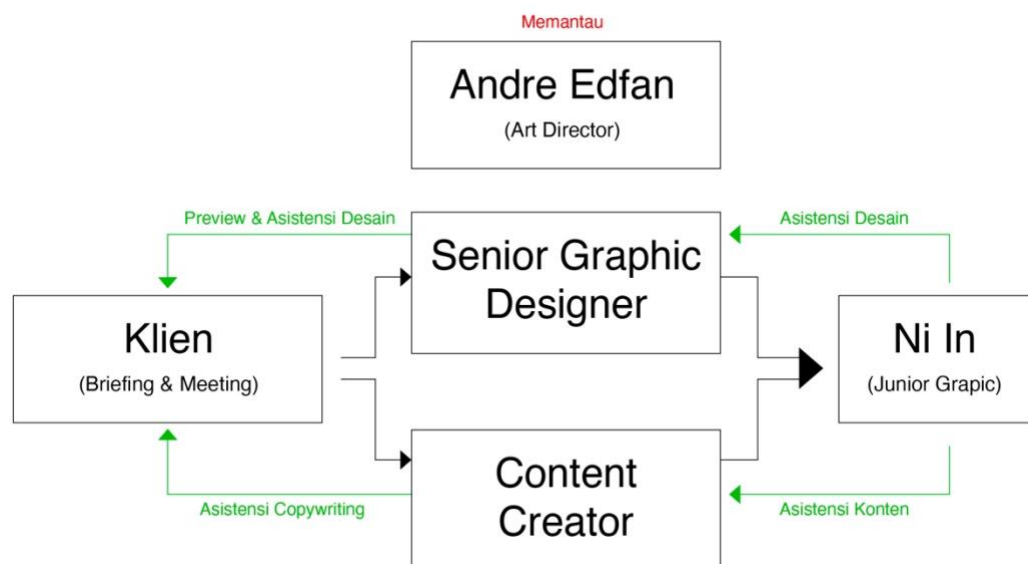
Koordinasi dalam Studio Yord dimulai dari permintaan desain dari klien kepada Studio Yord. Brief *meeting* klien diawali bersama *CEO* (Andre Edfan) dan *account executive* (Azlya Diva A.) yang bertanggung jawab berkomunikasi dengan klien. Kemudian dilanjutkan kepada *creative director* memberikan brief kepada *senior designer* dan *content creator*, kemudian tugas dapat

diberikan ke *internship*. Hasil desain akan melakukan tahap asistensi kembali ke *senior designer* dan *content creator* dilanjutkan asistensi ke *art director*. Setelahnya akan dipresentasikan kembali ke klien.



Gambar 3. 1. Gambar 2. 1. Diagram Koordinasi Studio Yord “Crafting Brands”

Dalam proyek “*developing brand*” seperti menangani *social media*, *brief meeting* dapat dilakukan dengan perwakilan PIC (*Person in Charge*) tiap proyek yang menangani *editorial plan content* (umumnya yang bertugas *content creator*). Berikut adalah bagan penjabaran koordinasi:



Gambar 3. 2. Struktur Organisasi Koordinasi Studio Yord “Developing Brands”

Skema koordinasi diawali dari dengan klien memberikan *briefing* dan *meeting* bersama *content creator*. *Content creator* akan memberikan *brief* kepada *senior/full time* desainer dan para *internship* melalui Whatsapp. Penulis akan melakukan visualisasi dengan melakukan koordinasi di bawah pengawasan *content creator* dan *senior graphic designer*. Setelah proses verifikasi dengan *content creator* dan *senior graphic designer*, visual akan diberikan kepada klien. Klien akan memberikan masukan desain dan proses pemberian preview desain dapat dilakukan hingga 2-3 kali.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan tugas dilakukan secara WFH (*Work from Home*) dan WFO (*Work from Office*) bila diperlukan dalam riset ataupun melakukan *briefing* proyek *branding*. Permintaan izin/cuti dapat dilakukan dengan minimal satu hari sebelumnya. Penulis melakukan desain untuk keperluan seperti *rebranding* logo, *motion graphic*, *editing video*, ilustrasi, *social media*, *editing photo*, dan lain sebagainya. Berikut adalah rangkaian tugas yang telah dilakukan oleh penulis:

Tabel 3.1. Detail dan Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Periode Magang

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA
1 (15-19 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Feeds IG Post Edukasi Studio Yord - Aset visual breadbreaking ilustrasi 1 & 2 - Revisi minor Zola aset visual video - <i>Moodboard</i> visual (6 alternative) klien Pak Jordi - Cari <i>username</i> IG breadbreaking
2 (22-25 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi minor Zola aset visual video - <i>Story & Feeds Post CISV "One Word"</i> - <i>Story & Feeds Post CISV "Quotes"</i> - <i>Story Post Nupon "Gen 2 Pan"</i> revisi - <i>Brief & Motion Internal Yord (Helping Han)</i>

3 (1-5 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brief & Motion Internal Yord</i> (Bobatale) • <i>Mockup Internal Yord</i> (Helping Han) • <i>Feeds IG Martabak Pecenongan 43</i> • <i>Feeds IG CISV “Woman International Day”</i>
4 (8-12 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feeds & Story CISV Quiz Template</i> • <i>Feeds IG Martabak Pecenongan 43</i> • <i>Feeds IG CISV “Woman International Day”</i> • <i>Motion Asset Illustration for MumMum video (sapi)</i> • <i>Meeting klien Ampuh - Brief - Brainstorming</i>
5 (15-19 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ampuh Exploration Logo 1 & 2. Presentation final look to klien</i> • <i>Motion Asset for Alahap</i> • <i>Feeds & Story CISV “Human Rights”</i> • <i>Feeds & Story CISV “Subak”</i>
6 (22-26 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ampuh Revisi Feedback Logo dan Packaging</i> • <i>Ampuh Pitch Deck Presentation</i> • <i>Briefing CISV 30th Maskot</i> • <i>Feeds & Story CISV “Earth Hour”</i>
7 (29 Maret - 1 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>CISV 30th Anniversary Maskot - Explore Pose</i> • <i>Ampuh Revision (illustration with Geby)</i> • <i>IG Story MP43 (storyboard-Edit Video-Motion Effect)</i> • <i>Ampuh - Submit and Finalisasi Logo dan Kemasan</i>
8 (5-9 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>CISV Story Ramadhan</i> • <i>CISV Story Kartini</i> • <i>CISV 30th Anniversary Maskot - Submit (12 Pose)</i> • <i>CISV - Virtual Background Sketch</i> • <i>RPP Story “Jam 4 Teng”</i> • <i>RPP Edit & cropping photo</i> • <i>RPP Story “Tebak Indomie RPP”</i> • <i>RPP Story “Menu RPP ini itu”</i> •
9 (12-16 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>RPP Feed Motion and VO</i> - <i>Ampuh - Submit File</i> - <i>CISV - Submit All maskot</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>CISV - Story & Feed “CISV Value Enthusiasm”</i> - <i>CISV - Story & Feed “CISV Value Friendship”</i> - <i>CISV - Color Hex Code Guide Mascot</i> - <i>CISV - Illus 3D Virtual Background</i> - <i>Ice House - Feed Redesign Table</i> - <i>RPP - Meeting Internal</i> - <i>RPP - Edit foto</i> - <i>RPP - Revisi & Submit Story Indomie Lego</i> - <i>MumMum - Desain Proposal Editorial Plan</i>
10 (20-23 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>CISV - Bumper Opening Video</i> - <i>CISV - Virtual Background 2</i> - <i>CISV - Feed Link Announcement</i> - <i>CISV - Template Donor Darah</i> - <i>RPP - Revisi & Edit Feeds</i> - <i>Yord - IGTV Motion Video</i> - <i>MP43 - Motion Audio Feed</i> - <i>MumMum - Desain Proposal Campaign</i>
11 (26 - 29 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>CISV - Virtual Background for MC</i> - <i>CISV - Story & Feed “Donor Darah” Final</i> - <i>CISV - Feed & Story “All Event Big Bang”</i> - <i>CISV - Feed “EQ Purpose”</i> - <i>CISV - Story “national education day”</i> - <i>CISV - Story “Hari Kebangkitan Nasional”</i> - <i>CISV - Dora Feeds</i> - <i>Yord - Feed Konten Edukasi</i> - <i>MumMum - Revisi konten Proposal EP</i> - <i>Aria - Motion Feeds with Andre Edfan</i>
12 (3-7 Mei 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Aria - Mockup HP Video motion</i> - <i>CISV - Story & Feed “Thalassemia”</i> - <i>CISV - Story Idul Fitri</i> - <i>CISV - Story & Feed “Blood Donation” post event</i> - <i>CISV - Story “H-7 until D-1”</i> - <i>CISV - Submit All Virtual Background (3 Desain)</i> - <i>RPP - Cicil Template Story “Tebak Menu”</i>
13 (10-11 Mei 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>RPP - Story “Tebak Menu” Submit</i> - <i>Aria - Story & Feed “Virus Fitur”</i> - <i>Aria - Story & Feed “Bagaimana Cara”</i> - <i>Aria - Booklet ganti konten & Layout (Bahasa)</i> - <i>MP43 - Motion Feed “Clingy Wrap”</i>
14 (17-21 Mei 2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>CISV - Story & Feed “EQ Purpose”</i> - <i>CISV - Story & Feed “Race Virtual with Thalassemia”</i> - <i>CISV - Story & Feed “Please Join 30th Aniv”</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - CISV - Story & Feed “Interview” - RPP - Feed “Sakura Lemonade”
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Proses dalam praktek magang, penulis mengerjakan berbagai jenis proyek yang diawasi oleh *creative director*, *senior graphic designer*, dan *content creator*. Penulis membuat desain untuk keperluan seperti *rebranding logo*, *collateral design*, *campaign design*, *editorial plan*, *pitch deck presentation*, *illustration*, *mascot design*, *promotional design*, *motion graphic*, dan lain sebagainya. Berikut adalah proyek-proyek yang dikerjakan selama magang berlangsung.

3.3.1. Perancangan Maskot dan Media Promosi 30th CISV Anniversary

Children’s International Summer Villages (CISV) merupakan organisasi non-profit di Ohio pada tahun 1950 yang dibangun oleh salah satu psikolog yaitu Dr. Doris Twitchell Allen, mengembangkan organisasi dengan konsep menanamkan pemahaman mengenai persahabatan dan lintas budaya sebagai salah satu kunci perdamaian dunia. Para relawan terus bertambah untuk mendukung program CISV, yang didorong nilai dasar CISV bahwa dunia yang layak dan damai dapat dicapai dengan adanya pendidikan, pertukaran antar budaya, dan persahabatan yang dimulai sejak masa anak-anak (CISV, 2021).

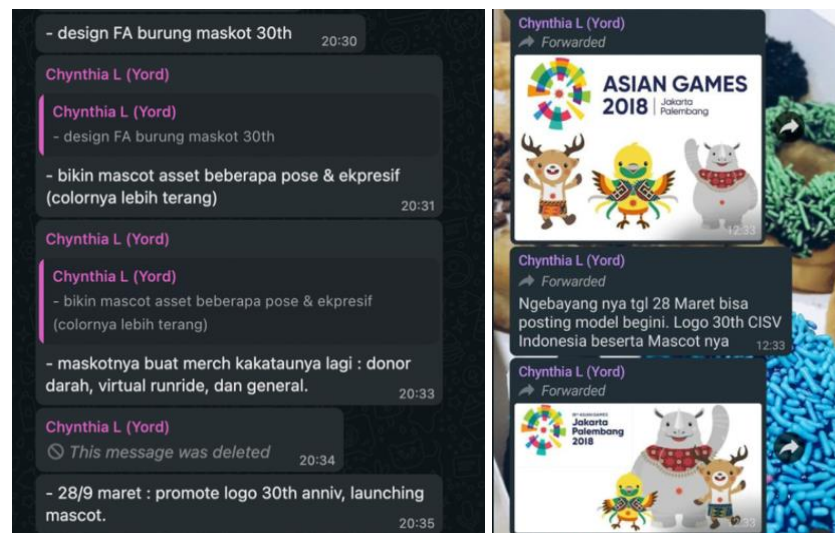


Gambar 3. 3. Logo CISV Indonesia (*Children’s International Summer Villages*)

(<https://civ-indonesia.org/>)

1. Briefing

Penulis mendapatkan brief dalam membuat maskot dari *content creator* Studio Yord yang menangani *social media* CISV Indonesia. Klien memberikan *briefing* bahwa CISV akan merayakan ulang tahun yang ke-30, maka klien ingin menghadirkan sebuah maskot sebagai bentuk rangkaian acara kampanye ulang tahun CISV. Selain maskot, terdapat penjelasan mengenai rangkaian media promosi yang akan digunakan selama rangkaian seperti sosial media instagram, *bumper opening video*, *virtual background*, dan media promosi lainnya.



Gambar 3. 4. Dokumentasi *Briefing* Via Online

2. Brainstorming & Moodboard

Penulis melakukan *brainstorming* dan penentuan *moodboard* untuk 30th CISV Anniversary yang *fun* dan *colorful*. Klien memberikan *brief* bahwa ingin berwarna dan cerah dalam perancangan maskot yang akan digunakan. Berikut adalah rangkaian referensi yang klien berikan dan *moodboard* dalam penentuan konsep *fun* dan *colorful*.



Gambar 3. 5. Referensi Desain Maskot dari Klien



Gambar 3. 6. *Moodboard Fun dan Colorful*

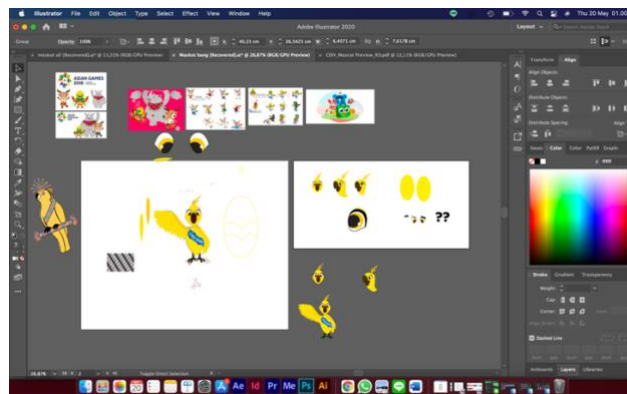
3. Sketsa

Setelah proses *briefing-brainstorming*, dan penentuan *moodboard*, dilanjutkan ke tahap sketsa untuk anatomi bentuk maskot. Sebelum melakukan proses sketsa, penulis melakukan riset anatomi burung kakak tua. Selain anatomi, penulis juga mencari referensi-referensi mengenai gerakan tubuh burung kakak tua agar paham dalam pembuatan proses digitalisasi vektor. Penentuan gaya visual maskot berupa ilustrasi vektor dikarenakan CISV memiliki gaya ilustrasi

vektor sebelumnya dengan warna dari *brand guidelines* yang sudah ada di Studio Yord. Selain itu, penggunaan ilustrasi vektor mempermudah dalam proses penempatan ke beberapa media digital agar tidak mudah pecah dalam Adobe Illustrator.



Gambar 3. 7. Sketsa Kasar Maskot



Gambar 3. 8. Proses Digitalisasi Maskot

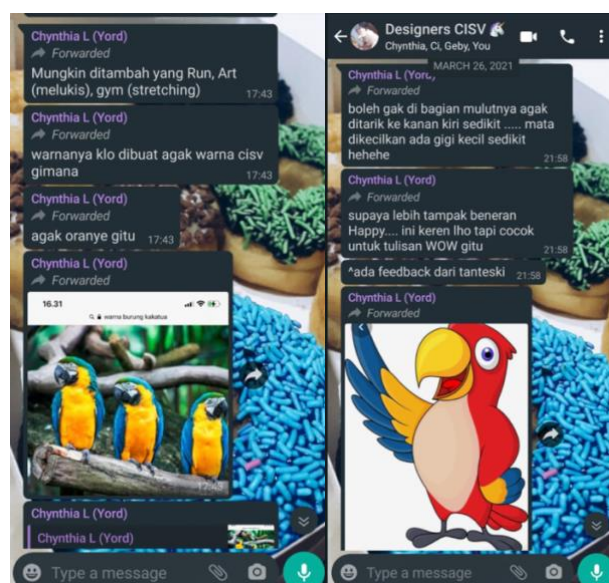
4. Proses Desain

Dalam proses pembuatan desain maskot, penulis berada di bawah pengawasan Feby Yolanda (*art department*) dalam mengawasi proyek CISV ini. Proses dari sketsa dilanjutkan ke dalam proses digital. Dalam proses digital, pemilihan warna dilakukan berdasarkan warna *guidelines* dari CISV dengan mencari warna turunan lainnya. Penulis mengajukan tiga bentuk ekspresi kepada klien dengan *deadline* sekitar tiga hari pada hari minggu.



Gambar 3. 9. Preview Maskot Pertama (Dua Warna)

Setelah melakukan asistensi *preview* pertama, klien memiliki beberapa *feedback* bentuk, warna ingin lebih cerah dan mengirimkan contoh warna burung yang ingin digunakan, dan menambah permintaan *job pose* (bertambah menjadi pose lari, melukis, dan *gym stretching*). Setelah melakukan pemberian varian beberapa warna, akhirnya klien memutuskan untuk memilih warna kuning sebagai dasar warna maskot. Klien juga meminta pose lainnya yang sesuai dengan keberlangsungan acara mereka seperti pose *walk*, *riding bicycle*, *webinar event teaching*, sehingga total keseluruhan pose maskot yang dibuat terdapat 13 pose.

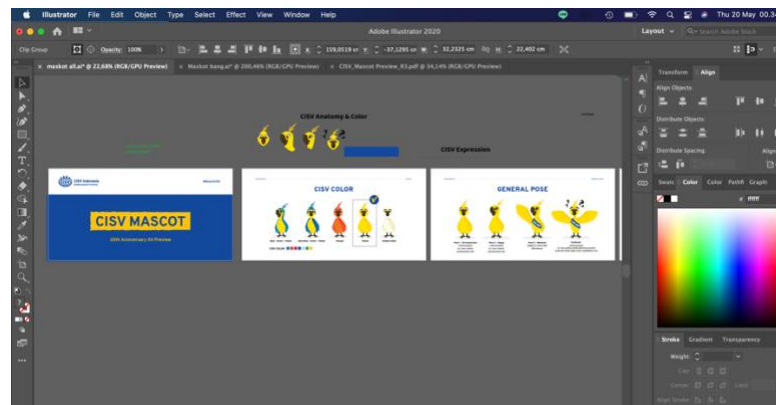


Gambar 3. 10. Dokumentasi *Feedback Preview* Pertama



Gambar 3. 11. Varian Warna Maskot Preview Dua

Setelah pihak mengalami beberapa kali revisi besar maupun minor, maskot *30th CISV Anniversary* akhirnya disetujui oleh klien. Maskot terdapat 13 varian pose, hal ini sesuai dengan acara yang akan diadakan CISV seperti *webinar*, *race virtual*, donor darah, dan acara-acara lainnya. Hasil akhir dikirim dalam bentuk format digital dengan berbagai varian format seperti PDF, JPG, PNG, dan *file* Adobe Illustrator ke dalam Google Drive.



Gambar 3. 12. Proses Desain *Guidelines* Maskot

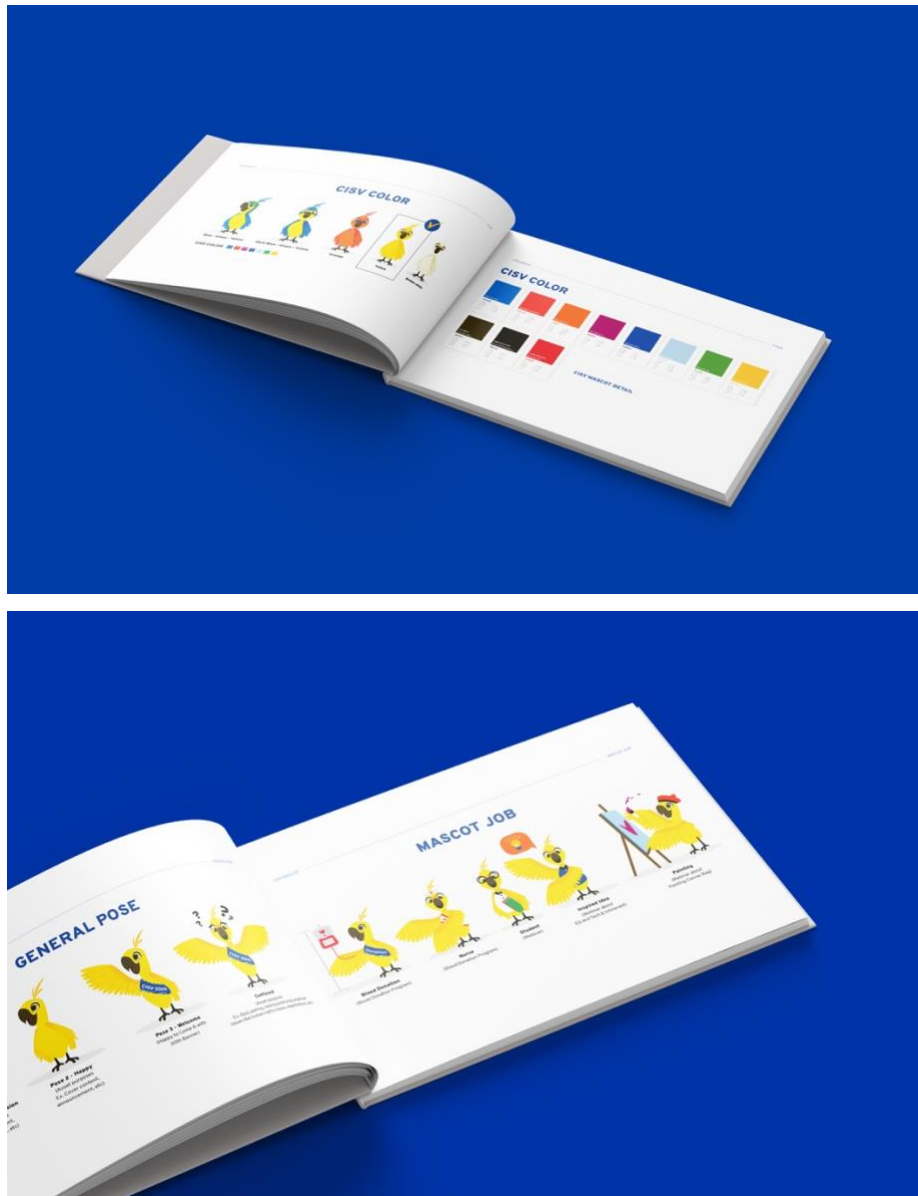




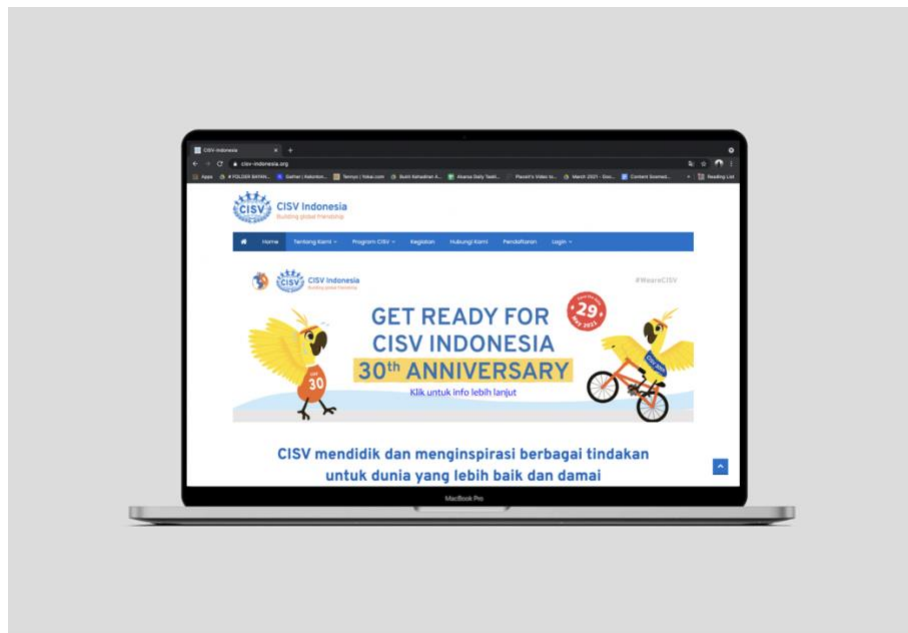
Gambar 3. 13. Hasil Akhir Katern Maskot 30th CISV Anniversary

5. Hasil Akhir Maskot

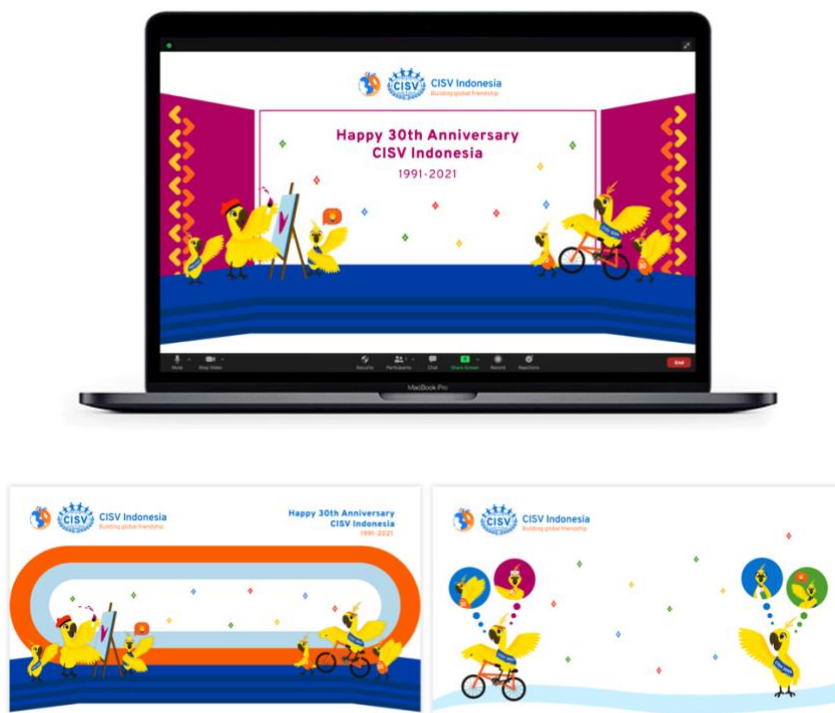
Berikut adalah hasil dari implementasi desain disatukan dalam bentuk PDF digital sebagai bentuk *preview* maskot dan penggunaan dalam berbagai media promosi lainnya. Hasil maskot digunakan sebagai rangkaian acara 30th CISV Anniversary ke dalam berbagai media seperti instagram, *bumber video*, *website*, dan media lainnya.



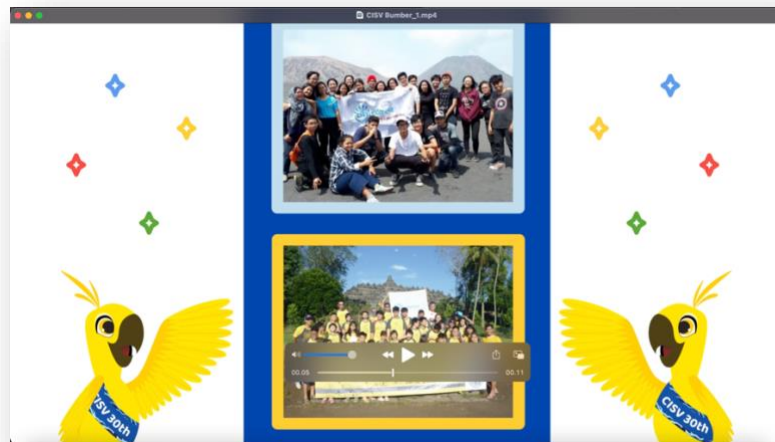
Gambar 3. 14. Implementasi Hasil *Guidelines* Pose Maskot



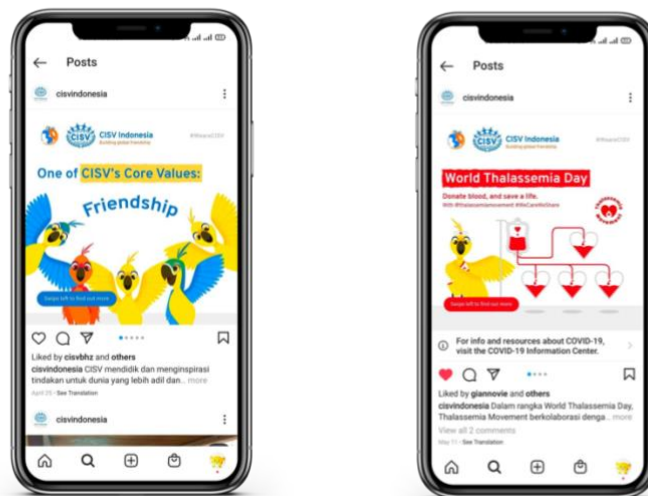
Gambar 3. 15. Implementasi Maskot di CISV *Web Banner Website*
(<https://cisv-indonesia.org/>)



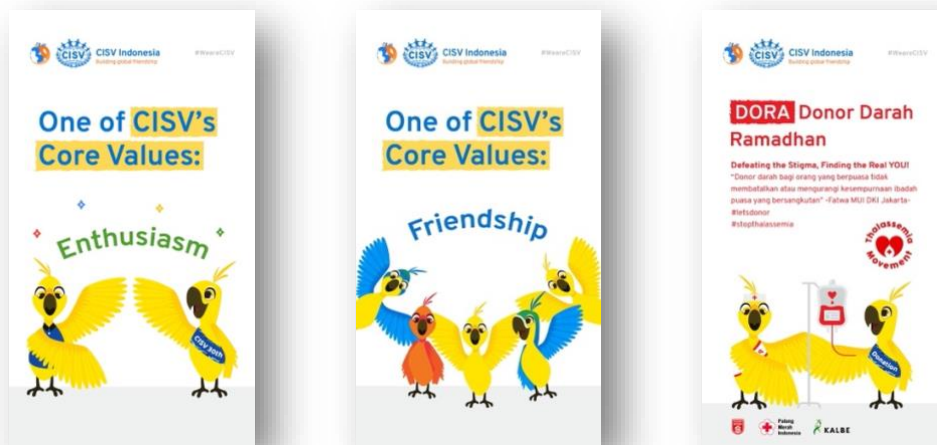
Gambar 3. 16. CISV *Virtual Background*



Gambar 3. 17. CISV Video Motion Bumper Opening



Gambar 3. 18. Implementasi Maskot Dalam Media Promosi Instagram
(<https://www.instagram.com/cisvindonesia/>)



Gambar 3. 19. *Story Carousel CISV Event*



Gambar 3. 20. *Story CISV to 29TH Event*

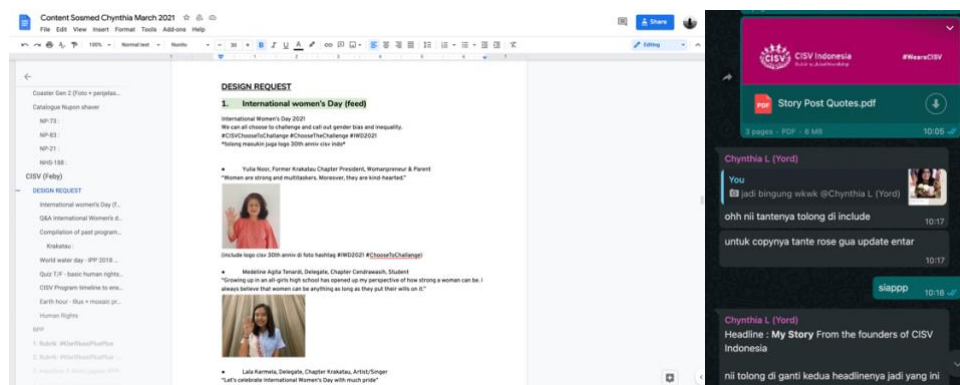
3.3.2. Perancangan Media Sosial CISV

Dalam proyek magang, penulis mendesain kebutuhan visual CISV sebelum mendesain 30th CISV Anniversary. Ariel Tirtanata Johar (*graphic designer*) memberikan *file template* CISV untuk mengikuti *guidelines template* yang sudah

ada agar mempertahankan konsistensi visual. Berikut adalah proses hasil dari desain yang telah dibuat:

1. Briefing

Penulis mendapatkan brief melalui Chynthia Liliana (*social media & content creator*) yang berperan menginformasikan *brief* yang klien berikan kepada grup Whatsapp *graphic designer* CISV. Dengan media grup *chat*, semua informasi *brief*, revisi, dan pengiriman *file preview* dilakukan dalam grup Whatsapp *graphic designer* CISV. *Graphic designer* mendapatkan *briefing* konten melalui Google Docs oleh *content creator*.



Gambar 3. 21. Briefing Konten Melalui Google Docs dan Whatsapp

2. Brainstroming & Moodboard

Penulis mendapatkan *file* berupa aset-aset visual oleh *graphic designer* Studio Yord. Aset visual ini digunakan untuk keperluan visual CISV. Terdapat content *breakdown* CISV, *file* aset ilustrasi CISV, *color guidelines*, dan *template file* Adobe Illustrator CISV.



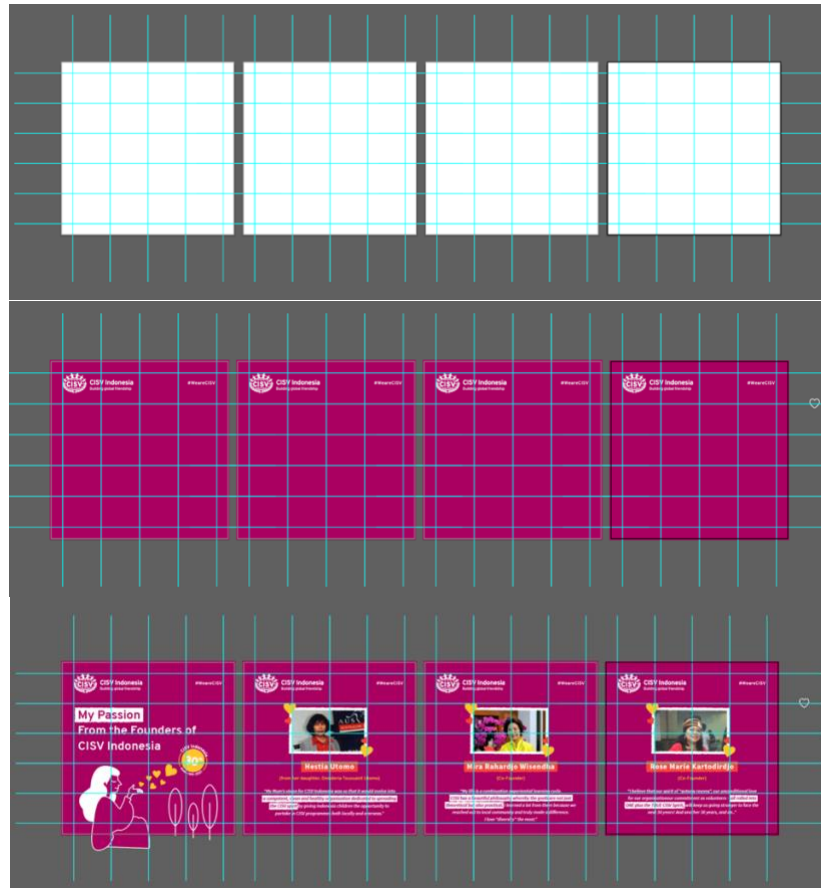
Gambar 3. 22. Aset Visual CISV

3. Proses Desain

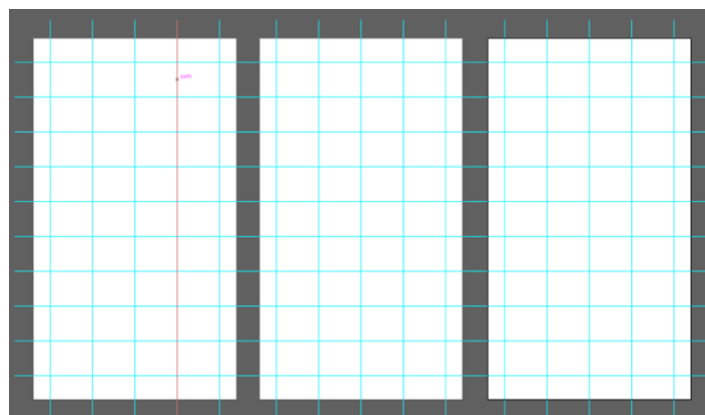
Proses desain dapat dilakukan langsung secara digital, baik sketsa visual dan digitalisasi visual. Proses desain mengikuti *template* yang sudah ada membuat penulis mudah dalam melakukan *layouting*. Penulis akan melakukan ilustrasi ketika aset visual yang digambarkan tidak sesuai dengan konten yang diminta klien, maka penulis akan melakukan desain ilustrasi vektor.

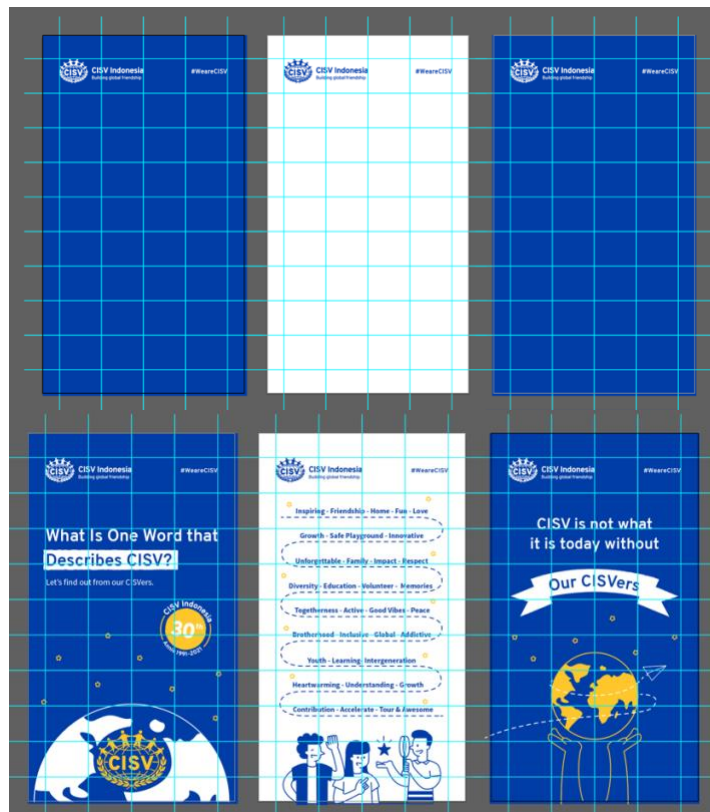
Proses desain yang dilakukan memiliki banyak masukan dari klien dikarenakan konten berjalan dan koordinasi dari klien yang lebih dari satu orang

dalam memberikan revisi. Dikarenakan hal ini, penulis harus menyesuaikan waktu revisi dan terdapat beberapa kali mengalami revisi minor seperti konten harus diganti ataupun salah penulisan kata. Dibawah ini adalah salah satu proses desain yang mewakili proses pembuatan desain.



Gambar 3. 23. Proses Desain Instagram *Feeds* CISV

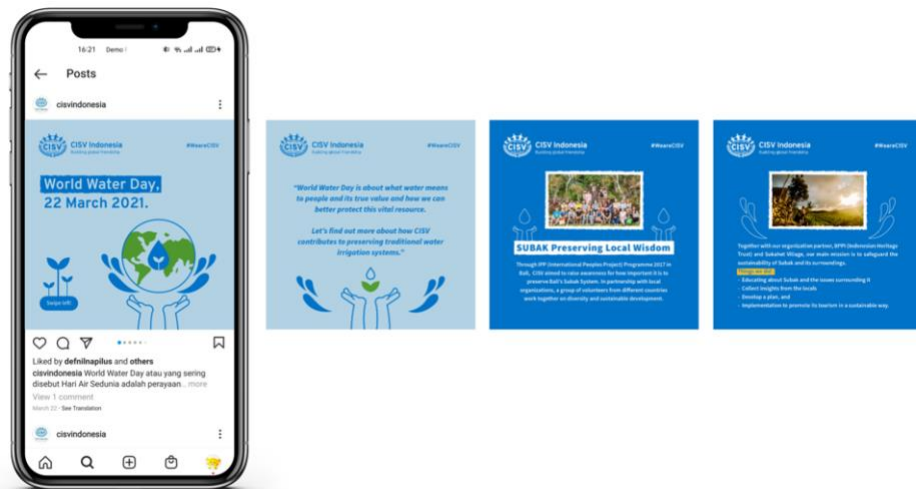




Gambar 3. 24. Proses Pembuatan *Story* CISV

4. Hasil Akhir Desain

Hasil akhir desain dari *guidelines* CISV, diimplementasikan oleh penulis dalam menampilkan konsistensi visual dari visual CISV. Penulis membuat desain *feed* dan *story* secara *carousel*. Berikut adalah hasil desain dari perancangan desain untuk media sosial CISV bagian instagram.



Gambar 3. 25. CISV Feed Subak Post (Carousel)



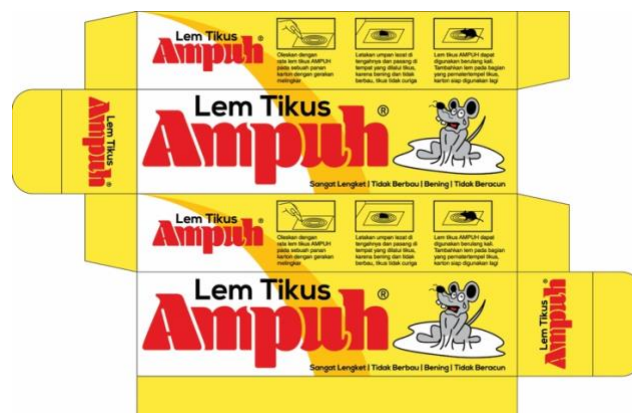
Gambar 3. 26. CISV Feed Post Carousel



Gambar 3. 27. CISV Story Hari Besar

3.3.3. Perancangan *Rebranding* Ampuh

Lem Tikus Ampuh adalah produk lokal mengenai lem tikus yang berbentuk *tube*. Lem Tikus Ampuh memiliki keunggulan seperti tidak berwarna, tidak berbau, dan sangat lengket pada produknya. Lem Tikus Ampuh pada umumnya melakukan distribusi ke target market seperti toko-toko dalam etalase dan penyebarannya dominan di daerah pulau Jawa.



Gambar 3. 28. Desain Kemasan Lem Tikus AMPUH
(Dokumentasi Studio Yord)

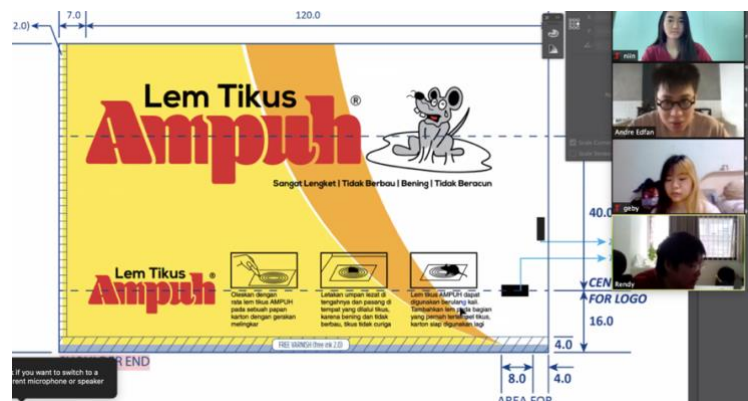
1. *Briefing*

Pada tanggal 10 Maret 2021, penulis bersama Geby Aurellia C. (teman satu *internship*) mendapatkan proyek pertama dalam melakukan tugas *branding*. Penulis melakukan *meeting* melalui zoom bersama klien Lem Tikus Ampuh pada pukul 11.00 WIB. *Meeting* dilakukan bersama Andre Edfan selaku *creative director* dalam mempresentasikan tanggal-tanggal *editorial plan* untuk memberikan *presentation deck*. Tim *branding* Lem Tikus Ampuh akan mengerjakan proyek berupa *rebranding* logo, pembuatan kemasan *tube*, dan kemasan *box*.

March Important Dates							April Important Dates						
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
	1	2	3	4	5	6					1 Packaging Design First Preview	2	3
7	8	9	10	11	12	13					4 Project Closing & Finalizations	5	6
14	15	16	17	18 Brand Identity Alternatives	19	20	11	12	13	14	15	16	17
21	22	23	24	25 Packaging Design First Preview	26	27	18	19	20	21	22	23	24
28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	

18 Maret - Brand Identity Alternatives 25 Maret - Brand Identity Finalizations (Second Payment) 1 April - Packaging Design First Preview 8 April - Project closing & Finalizations (Second Payment)

Gambar 3. 29. Editorial Plan Lem Tikus Ampuh



Gambar 3. 30. Meeting Online Dengan Klien Ampuh

Setelah melakukan *presentation deck*, klien memberikan *briefing* mengenai kendala-kendala yang dirasakan klien dalam identitas visual Lem Tikus Ampuh. Kendala-kendala ini dimulai dari bentuk logo, gaya ilustrasi dalam kemasan, hingga penambahan konten dalam kemasan. Maka dari itu klien ingin memperbaharui identitas visual agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Dibawah ini merupakan catatan yang klien briefing kepada tim *branding* Lem Tikus Ampuh.

KLIEN BRIEF

LOGO:

1. PERTAHANIN WARNA MERAH oren
2. LEGIBILITY LOGO (KETERBACAAN)
3. BOLD DAN PERTAHANKAN WARNA MERAH

ILLUSTRASI:

1. GANTI STYLE

PACKAGING:

1. KONTEN PERSIS PACK SEBELUMNYA
2. BARCODE

Gambar 3. 31. *Briefing* Klien Lem Tikus Ampuh

2. Riset

Pada hari Jumat tanggal 12 Maret 2021, penulis bersama Geby A. melakukan *meeting* untuk melakukan riset di Studio Yord. Riset ini diperlukan dalam memahami kompetitor dari Lem Tikus Ampuh. Dimulai dari mengenai produk, tempat, harga, promosi dari Lem Tikus Ampuh, kemudian dilanjutkan ke dalam *core values brand* dan target market (demografis, psikografis, dan geografis).

Creative Brief

Project Name: Lem Tikus Ampuh Designer: Geby A.

About the Company: Lem Tikus

Product: Lem Tikus Place: 1234567890 Price: Rp. 10.000 Promotion: Diskon 50% saat Lebaran

Core Values:

- Produk: Berkualitas
- Layanan: Unggul
- Harga: Berkualitas

Target Audience:

- Demographic: Lem Tikus Ampuh
- Psychographic: 1234567890
- Geographic: 1234567890

Competitors:

- Lem Tikus: 1234567890
- Lem Tikus: 1234567890
- Lem Tikus: 1234567890

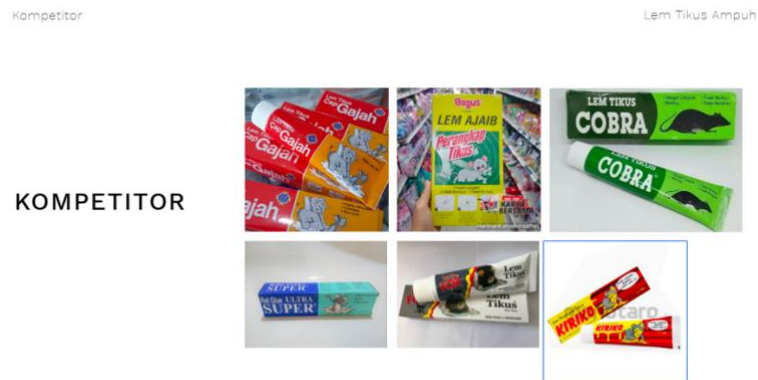
Benchmark:

- 1234567890
- 1234567890

Gambar 3. 32. *Creative Brief*

Penulis melanjutkan dengan pencarian kompetitor lem tikus yang ada di Indonesia. Hasil dari riset, lem cap gajah merupakan *top brand* di kalangan

masyarakat. Umumnya lem tikus menggunakan antara ilustrasi bergaya vektor ataupun penggunaan foto. Klien juga memberikan referensi *top of mind brand* lem tikus adalah lem cap gajah dalam penentuan kompetitor.



Gambar 3. 33. Kompetitor Lem Tikus Ampuh

3. *Brainstorming & Moodboard*

Setelah melakukan riset, dilanjutkan kembali dengan proses *brainstorming* dan penentuan *moodboard*. Penentuan ide dimulai dengan teknik *mind mapping* dengan menggabungkan nilai-nilai produk ataupun keunikan (*USP & ESP*) dari produk. Teknik *mind mapping* dapat digunakan sebagai pencarian visual yang akan diimplementasikan ke dalam identitas visual. Hasil dari *mind mapping* akan menghasilkan *keyword* dan penentuan *big idea*.

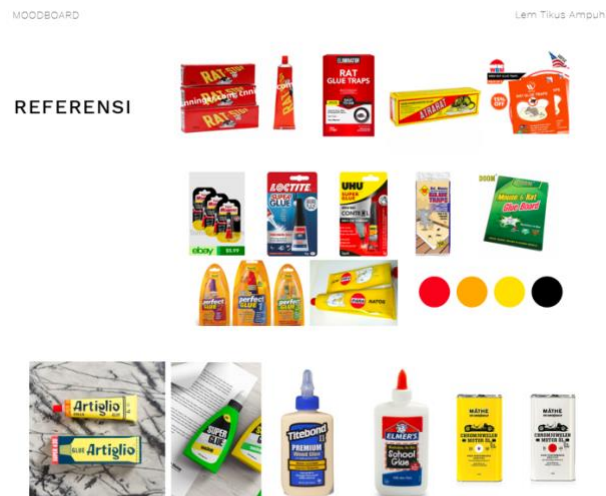


Gambar 3. 34. *Mindmapping* Lem Tikus Ampuh

IDEA	Lem Tikus Ampuh
KEYWORD	Strong (KUAT) --- Bold-Red-Stroke- Stiff (LENGKET) --- Curve (CEPAT) --- Arrow-Flash Trap (PERANGKAP)--- Box-jeruji besi-slow but sure
BIG IDEA	Kuat dan Cepat dalam menjebak. Strong and Fast Trap.

Gambar 3. 35. Keyword dan Big Idea

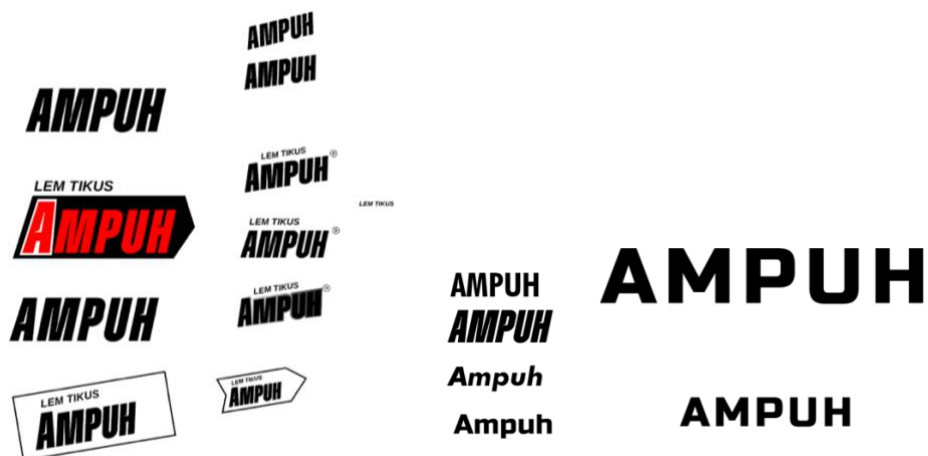
Hasil dari penentuan *keyword* dan *mind mapping* memberikan gambaran dalam penentuan tahap penentuan *moodboard* sebagai referensi kemasan lem yang baik. Pemilihan *moodboard* berdasarkan *brief* klien yang ingin mempertahankan warna identitas dari Lem Tikus Ampuh. Maka dari itu, pemilihan warna mengambil dari identitas yang sudah ada.



Gambar 3. 36. Moodboard Kemasan Lem Tikus Ampuh

4. Sketsa

Tahap selanjutnya yaitu sketsa dimulai dari logo hingga kemasan untuk Lem Tikus Ampuh. Andre Edfan (*creative director*) meminta untuk memberikan dua alternatif logo, serta desain *tube* dan *box* bila diaplikasikan ke dalam kemasan. Pemilihan logo menggunakan *logotype* untuk mempermudah dan mempertahankan keterbacaan logo, serta klien ingin *rebranding* logo yang tidak jauh dari bentuk identitas sebelumnya.



Gambar 3. 37. Sketsa Digital Logo Alternatif 1 dan 2



Gambar 3. 38. Skesa *Preview* Kemasan *Tube* dan *Box*

5. Proses Desain

Proses desain identitas logo dibantu oleh *creative director*. Dalam pembuatan logo satu, penulis mendapatkan *feedback* untuk lebih berani menunjukkan sisi lengket pada huruf “A” pada ampuh. Logo kedua dari hasil sketsa dan desain yang dibuat penulis, dikembangkan lagi oleh *creative director* dengan mengeksplorasi logo lebih baik secara kemasan dan identitas warna. Dibawah ini adalah hasil *presentation deck preview* pertama ke klien.



Gambar 3. 39. Logo Alternatif 1



Gambar 3. 40. Logo Alternatif 2 (Dibantu Oleh *Creative Director*)



Gambar 3. 41. Hasil Preview Kemasan *Tube* dan *Box*

Setelah melakukan *meeting* via zoom pada tanggal 19 Maret 2021, klien memberikan masukan dan saran untuk desain produk. Pertemuan 3 & 4 secara via Whatsapp untuk hasil revisi yang dikerjakan, serta melakukan *submit final* desain ke klien. Penulis menghubungi kembali klien dengan jelas menanyakan masukan dan saran secara jelas agar tidak mengalami kesalahan dalam komunikasi secara *online*. Berikut dibawah ini hasil notulen mengenai saran dan masukan yang penulis catat dari klien Lem Tikus Ampuh:

Minutes of Meeting AMPUH x Yord (Round 2 - 27 March 2021)

- Lebih menggunakan *brand identity* alt. 1 dikarenakan lebih mudah masuk ke target market.
- Logo huruf A dibuat sama rata dengan huruf lainnya.
- Ilustrasi tikus dibuat gaya karikatur dengan warna lem tikus jadi putih dan terlihat banyak.
- Warna dan bentuk *tagline* bisa diexplore (selain hijau).

- *Background* kuning masih terdapat ruang kosong dan ingin ditambahkan aset visual.
- Dominan warna kuning dibandingkan warna merah.



Gambar 3. 42. Finalisasi Logo Lem Tikus Ampuh

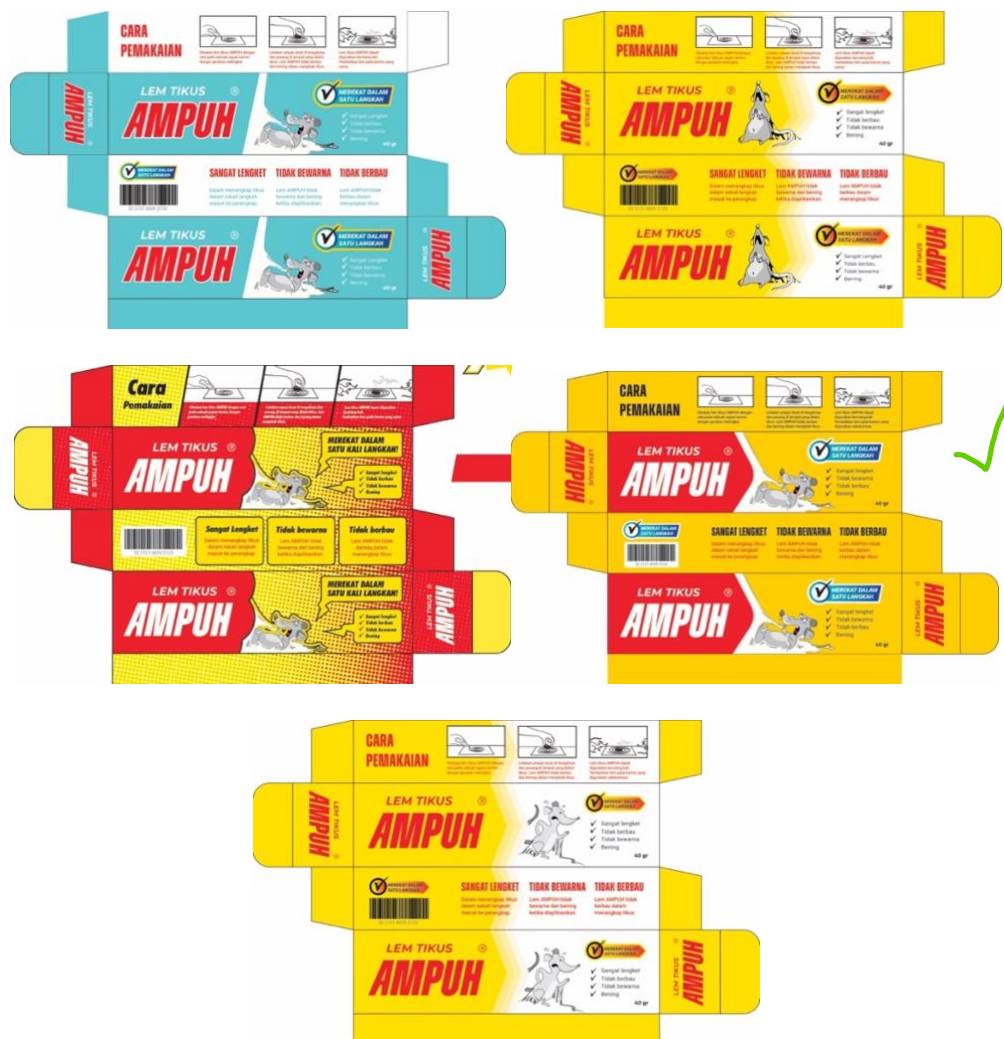
Penulis melakukan revisi mengenai layout logo dan melakukan asistensi kepada *creative director*. Filosofi logo Lem Tikus Ampuh dibuat dengan font yang *bold* sehingga mudah terbaca. Membuatnya menjadi *stand out* apabila diletakan pada etalase toko. Sedikit aksen pada huruf A yang menggambarkan sisi lengket dari Ampuh, serta tulisan yang dibuat *italic*, menggambarkan keampuhan lem tikus ampuh dalam menjerat si tikus.



Gambar 3. 43. Hasil Finalisasi Warna Dipilih Oleh Klien

Logo dan warna telah disetujui oleh *creative director* dan klien, dilanjutkan ke tahap eksplorasi kemasan dan ilustrasi tikus bersama Geby Aurelia. *Creative*

director memilih satu desain dan meminta untuk melakukan revisi minor yang klien berikan. Selama pengerjaan penulis mendapatkan bantuan *supervise* oleh Brian (*senior designer*) dalam segi desain kemasan *box* dan *layout presentation deck* agar lebih rapi dan baik. Dibawah ini, merupakan hasil eksplorasi desain kemasan Lem Ampuh Tikus.

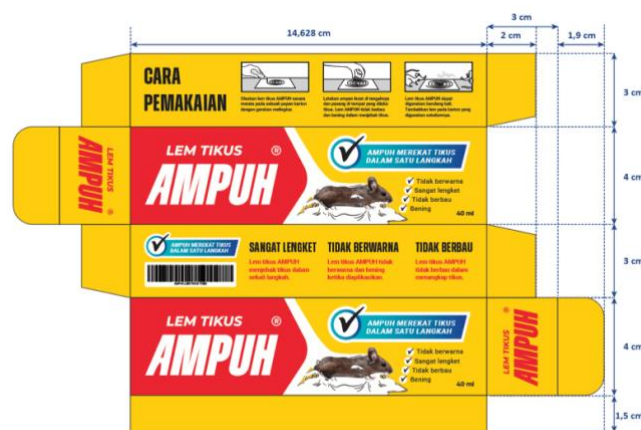


Gambar 3. 44. Ekplorasi Kemasan *Box* Lem Tikus Ampuh

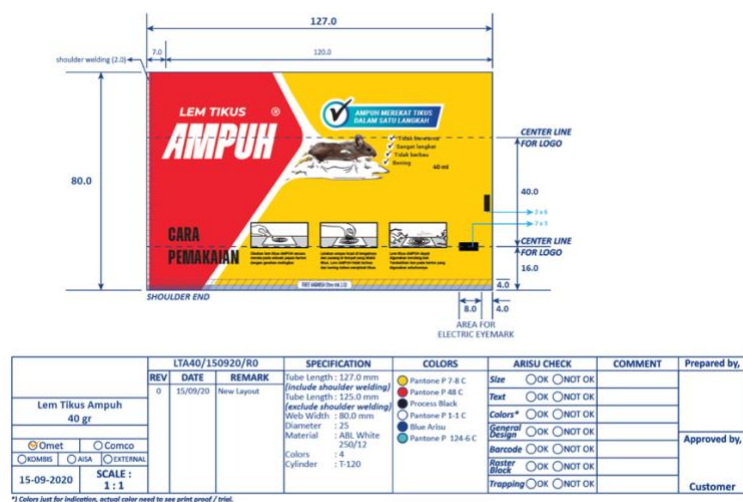
Setelah memberikan hasil *presentation deck* ke-3, klien memberikan masukan sebagai berikut sebelum memasuki tahap finalisasi akhir. *Minutes of Meeting* AMPUH x Yord (Round 3 - 1 April 2021)

- Desain menggunakan alt. 1.
- Konten - 40 gr ganti ke ml.
- Perbaiki konten bagian "Sangat Lengket" (terbaca seperti repetisi).
- Ilustrasi: revisi ilustrasi tikus alt 1 & tikus alt 2 menggunakan foto

Berikut adalah hasil akhir finalisasi revisi yang dipilih klien:



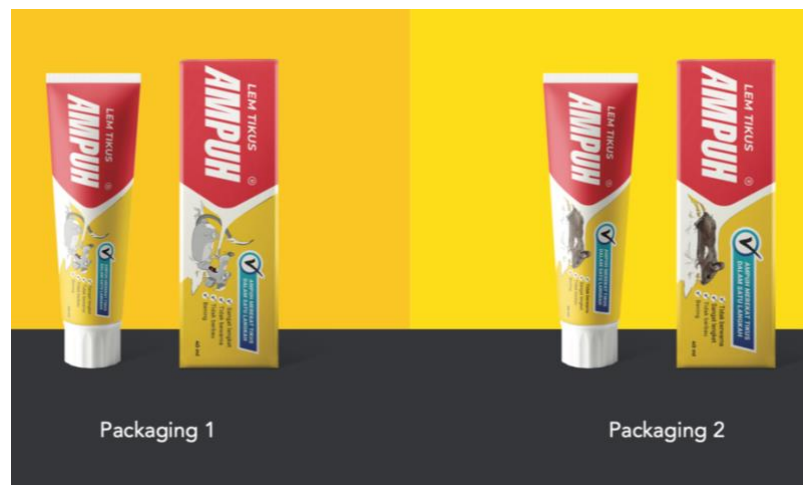
Gambar 3. 45. Hasil Akhir Desain Kemasan *Box*



Gambar 3. 46. Hasil Akhir Desain Kemasan *Tube*

6. Hasil Akhir

Penulis memberikan hasil akhir *presentation deck* melalui via Whatsapp. Di dalam *presentation deck* terdapat hasil dua alternatif desain kemasan. Pada akhirnya klien memilih kemasan alternatif ke-2 sebagai hasil akhir perancangan identitas Lem Tikus Ampuh.



Gambar 3. 47. Hasil Akhir *Presentation Deck Preview* Lem Tikus Ampuh



Gambar 3. 48. Hasil Akhir Kemasan *Box* Lem Tikus Ampuh

3.3.4. Perancangan Media Sosial Ropang Plus Plus

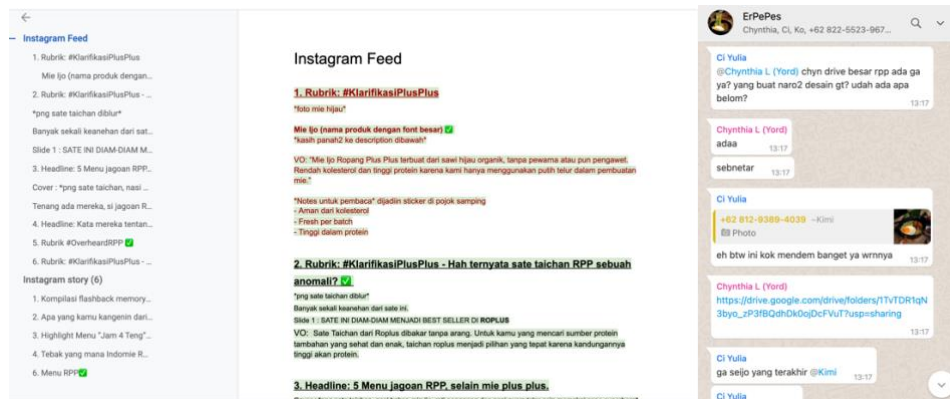
Ropang Plus Plus (Roplus) adalah sebuah bisnis dalam *food and beverage*. Roplus menjual makanan seperti indomie kuah ijo plus plus, roti bakar, nasi bakar, dan sebagainya. Dalam proyek ini, penulis membuat keperluan desain untuk Roplus dengan konten yang sudah disediakan oleh *content creator*.



Gambar 3. 49, Logo Ropang Plus Plus
(Aset dan Dokumentasi Studio Yord)

1. *Briefing*

Penulis mendapatkan *brief* melalui Chynthia Liliana (*social media & content creator*) yang berperan menginformasikan *brief* yang klien berikan kepada grup Whatsapp *graphic designer* RPP. *Graphic designer* mendapatkan *briefing* konten melalui Google docs oleh *content creator*. Di dalam tim RPP terdapat *senior designer* yang melakukan *supervise* desain, terdapat *content creator*, *social media officer*, dan *internship social media*.



Gambar 3. 50. *Briefing* Konten Melalui Google Docs dan Whatsapp

2. Moodboard

Penulis mendapatkan *file* berupa aset-aset visual oleh *graphic designer* Studio Yord. Aset visual ini digunakan untuk keperluan visual Ropang Plus Plus seperti fotografi, logo, dan *template* desain Instagram yang di kirim melalui Google Drive.



Gambar 3. 51. *Template* dan Identitas Aset Roplus

3. Proses Desain

Proses desain Roplus berawal dari permintaan *senior designer* untuk *motion feed* Instagram Roplus. Proses melakukan *motion* dilakukan dengan sederhana memunculkan konten #KLARIFIKASIPLUSPLUS mengenai menu mi ijo Ropang Plus Plus. Berikut adalah proses pembuatan motion Roplus.



Gambar 3. 52. Proses *Motion Feed* Instagram Roplus

Yulia Ciputri (*social media officer*) meminta penulis untuk melakukan desain Roplus dengan konten yang telah dibuat oleh *content creator*. Sehingga penulis melakukan beberapa desain untuk keperluan Roplus dalam konten #KLARIFIKASIPLUSPLUS menu apa saja yang ada di Roplus. Dibawah ini proses dari pembuatan feed instagram. Penulis memulai dari edit foto (cropping, tone, dan shadow)-grid-hingga *layouting content* dan *motion* (bila diperlukan).



Gambar 3. 53. Proses Desain *Feed* Roplus

4. Hasil Akhir Desain

Berikut adalah hasil desain yang penulis buat untuk keperluan visual Roplus. Terdapat desain dan hasil motion feed Instagram Roplus dengan konten #KLARIFIKASIPLUSPLUS dan #MENUPLUSPLUS. Diikuti pembuatan konten Instagram yang dapat menginformasikan berbagai jenis menu yang dikemas dengan komunikasi interaktif melalui fitur *polling* Instagram.



Gambar 3. 54. Motion *Feed* Instagram Roplus
(<https://www.instagram.com/p/CNXIopxBmfd/>)



Gambar 3. 55. Desain Instagram *Feeds* dan Motion Untuk Roplus
(<https://www.instagram.com/ropangplusplus/>)



Gambar 3. 56. Desain Instagram *Story* dan *Motion* Untuk Roplus

3.4. Kendala yang Ditemukan

Dalam praktek magang, penulis mendapatkan beberapa kendala yang ditemukan seperti:

1. Keterbatasan dalam menggunakan software Adobe After Effect dan Adobe Premiere. Hal ini menyebabkan penulis harus belajar terlebih dahulu fitur-fitur baru apabila mendapatkan brief dari Studio Yord.
2. Praktik kerja WFH, hal ini menyebabkan komunikasi mengenai brief *motion* ataupun beberapa proyek desain kurang dipahami. Hal ini menyebabkan penulis kesulitan memahami *brief* yang dirasa kurang dipahami.
3. *Time management* dalam melakukan revisi konten dalam tahap *on going*, sehingga diperlukannya kecepatan dan waktu yang dekat bila ingin mengumpulkan desain. Hal ini menyebabkan seringkali penulis merasa belum maksimal dalam melakukan eksplorasi desain.

3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan berdasarkan penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan pencarian tutorial secara daring melalui platform-platform digital. Belajar mengenai nama jenis transisi dalam *motion design*. Kemampuan dapat diasah seiringnya penulis menerima brief dari klien dan melakukan eksplorasi *motion*.
2. Mencatat poin-poin inti dari hasil *meeting* yang diberikan. Selain itu penulis melakukan telpon ataupun *meeting online* bilamana *brief* yang diberikan kurang dipahami.
3. Bila penulis sedang menunggu asistensi desain lainnya, penulis meminta konten dasar dan mulai mencicil desain lainnya. Hal ini membuat penulis mengisi waktu luang dan efisien dalam mendesain sehingga meminimalisirkan pengumpulan mendekati *deadline*.